

# 運営参加 特別プログラム 「Co-Design Challenge」 説明資料

2022年7月26日

公益社団法人2025年日本国際博覧会協会

## はじめに

公益社団法人2025年日本国際博覧会協会（以下、「当協会」という。）は、2025年日本国際博覧会（以下、「大阪・関西万博」という。）の開催に向けて、「大阪・関西万博を契機に、これからの日本の暮らし（まち）をつくる」をコンセプトとした新しい共創事業「Co-Design Challenge」プログラムを実施します。

このプログラムは、当協会が設置したデザイン視点から大阪・関西万博で実装すべき未来社会の姿を検討する「Expo Outcome Design Committee」（以下、「EODC」という。）監修のもと、大阪・関西万博開催および、それ以降の社会に向けて必要と考え、掲げるコンセプトに対して、主体的に関わり、議論を先導し、物品やサービスの開発・共創を進めていただく企業・団体を募るものです。

大企業だけでなく、大きな資本を持たない企業・団体にもぜひ積極的に参加していただき、本万博のコンセプトである「People's Living Lab」を体現するプログラムを目指しています。積極的なご参加をお待ちしています。

## はじめに

本説明資料は、2022年7月26日（火）に当協会が公表した「運営参加」の特別プログラムとして実施する「Co-Design Challenge」の募集内容を詳しく説明したものです。

「2025年日本国際博覧会 運営参加（第2回）」募集要領に合わせて、本資料もお読みください。

運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」

## 実施概要

# 「Co-Design Challenge」プログラムの概要

大阪・関西万博のテーマは、「いのち輝く未来社会のデザイン」です。

「Co-Design Challenge」プログラムはそのテーマに沿って、未来社会の象徴の一つとして、「これからの日本の暮らし（まち）」に焦点を当てています。大阪・関西万博を契機に”まち”を構成する様々な要素を改めて考え、様々なプレイヤーの共創により「これからの〇〇をデザイン」していきたいと思っています。

それらは、2025年には万博会場内外で実装され、世界に向けて発信をしていく予定です。

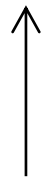
# 「Co-Design Challenge」プログラムのコンセプト

大阪・関西万博を契機に、  
これからの日本のくらし（まち）をつくる

# 「Co-Design Challenge」プログラムのテーマ

テーマ（「Co-Design Challenge」のフォーマット）

**これからの〇〇をデザインする**



背景

社会課題



アウトカム

万博が目指す未来社会  
(EODCレポート参照)

「Co-Design Challenge」プログラムは様々な物品やサービスを対象に、「これからの〇〇（物品名・サービス名）をデザインする」をフォーマットとして、新たなモノを万博で実現するプロジェクトです。万博という機会を活用いただき、物品やサービスを新たに開発することを通じて現在の社会課題の解決や、アウトカム（万博が目指す未来社会）の実現を目指します。

「EODCレポート」は以下を参照のこと。

<https://www.expo2025.or.jp/news/news-20220725-01/>

# 「Co-Design Challenge」プログラムのプロセス

「Co-Design Challenge」プログラムは、下記3ステップにより構成します。





# 「Co-Design Challenge」プログラムの特徴

1. 万博を機会として、新しい「何か」をつくること
2. 共創の取組であること
3. デザイン視点で取り組むこと
4. 大資本でなくても取り組めること

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の提案条件

1. これから新たに“開発”を行う物品・サービスであること
2. 複数の企業・団体が協力して開発に取り組むことが望ましい  
(複数の企業・団体に応募することが望ましい。採択後に「TEAM EXPO 2025」プログラムへの登録を必須とする)
3. デザイナー/クリエイターが参加すること
4. 応募者に中小企業が含まれること

「TEAM EXPO 2025」プログラムは以下を参照のこと。  
<https://team.expo2025.or.jp/>

※「中小企業」とは中小企業基本法の定義による。(本説明資料巻末を参照)

# 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の特徴

## 概要

## 一般

## Co-Design Challenge

### 趣旨の 違い

既に販売されている物品・サービスを貸与・提供いただく  
※協賛をいただく時点までに、品質を保証いただくものとなるならば、開発要素を含む物品・サービスであっても構いません。

これから新たに開発を行う物品・サービスを貸与・提供いただく  
※既製品をベースとしながら、一部に開発の要素を含むことでも構いません。

メリット ・ 協賛金額に応じた協賛特典

協賛金額に応じた協賛特典に加え、

- デザイナーによるアドバイス
- 完成品の販売（知的財産権は応募者に帰属）
- ブランディング（完成品の知名度・価値向上）の訴求

応募条件 ・ 個別協議の上、当協会が求める機能、数量の担保

- ご提供いただく数量は任意
- 複数の企業・団体による共同提案が望ましい
- 「TEAM EXPO 2025」プログラムへの登録（採択後）
- デザイナー/クリエイターの参加
- 中小企業の参加

# 協賛の方法

- 本募集は、運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」です。
- 対象となる参加形態は次の施設・物品提供、無償貸与、役務提供での協賛となります。
  - ①施設・物品提供 : 万博運営に必要な施設や物品等を現物でご提供いただくもの
  - ②無償貸与 : 万博運営に必要な施設や物品を無償で貸与いただくもの  
(会期終了後 協賛者にて回収の上、販売や再利用いただけます)
  - ③役務提供 : 万博運営に必要な技術やサービス、人員等は無償でご提供いただくもの
- ご提供いただく数量は、「運営参加（第2回）募集リスト」に記載した数量に満たなくてもご提案いただくことは可能です。
- 本プログラムはご提案の内容を重視しています。その内容で貸与・提供可能な数量をご提案ください。

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の参加メリット

- 共創により自社/自身のノウハウを超えたアウトプットが実現可能です。
- 当協会との共創の中では、プログラムに関係する本万博の様々な情報をシェアさせていただくことはもちろん、特にデザイン視点では当協会と連携するEODCメンバーを通じて、新たな製品や技術、サービスを創発するきっかけとなるような対話の場を設けていくことが可能です。
- 大阪・関西万博のオフィシャルプログラムとして、当協会が中心となり、様々な場面で取組を積極的に全国にPRしてまいります。
- 最終的に完成した物品・サービスについては、万博において活用していきます。万博会期後は完成した物品を応募者にて販売可能です。
- 本プログラムは2025年の会期およびそれ以降の社会で必要となるテーマを掲げたものです。ご一緒するプロセス、また完成された物品については、本万博のオリジナルモデルとして、また本万博のレガシーとして、万博閉幕後も皆様の価値となります。

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の参加メリット

協賛特典に加え、次のようなメリットがあります。

※いずれも、事業の進捗により今後変更の可能性があります

### デザイナーによるアドバイス

多様なデザイナーが集まるEODCメンバーによる定期的なアドバイス

### 完成品の販売

開発した製品・サービスは自由に販売可能。当協会も情報発信等により支援

(開発した製品の知的財産権は応募者に帰属)

### ブランディング（完成品の知名度・価値向上）の訴求

当協会のメディアで開発のプロセスを発信・PR

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の参加メリット（詳細）

### ①デザイナーによるアドバイス

- Expo Outcome Design Committee（EODC）のデザイナーによる提案に対するデザイン・設計・マーケティングなどのアドバイスを受けられます。



EODC代表  
PLLクリエイター  
齋藤 精一  
/Panoramatik

パノラマティクス（旧:ライゾマティクス・アーキテクチャー）主宰。俯瞰的な視点でこれまで繋がらなかった領域を横断し、組織や人を繋ぎ仕組みづくりから考える。行政や企業などの企画、実装アドバイザーも数多く行う。2018-2022年グッドデザイン賞審査委員副委員長。2020年ドバイ万博 日本館クリエイティブ・アドバイザー。2025年大阪・関西万博People's Living Labクリエイター。



柴田 文江  
/Design Studio S

Design Studio S 代表。エレクトロニクス商品から日用雑貨、医療機器、ホテルのトータルディレクションなど、国内外のメーカーとのプロジェクトを進行中。受賞歴は、iF金賞（ドイツ）、Gマーク金賞、アジアデザイン賞大賞・文化特別賞・金賞など。2018-2019年度グッドデザイン賞審査委員長。



倉本 仁  
/JIN KURAMOTO  
STUDIO

JIN KURAMOTO STUDIOを主宰。家具、家電製品、アイウェアから自動車まで多彩なジャンルのデザイン開発に携わる。素材や材料を直に触りながら機能や構造の試行錯誤を繰り返す実践的な開発プロセスを重視。iF Design Award、Good Design賞、Red Dot Design Awardなど受賞多数。



服部 滋樹  
/graf

graf 代表、クリエイティブディレクター、デザイナー。1993年から活動を始め、異業種が集まる環境と特性を生かした新たな活動領域を開拓している。プロジェクトからプログラムへ、ムーブメントからカルチャーへ育むデザインを目指している。grafでは代表を務めるほか、コンセプターとしてデザインやディレクションを行い、あらゆるデザイン領域の視点から社会を翻訳するようなアウトプットを行う。

※注：プロジェクト初動時のガイダンス、プロトタイプの評価・アドバイスなど、重要な局面における数回のサポートを予定しています（伴走支援ではありません）

※注：当協会が指定するアドバイスの回数を超える場合は、協議の上、費用（料金）が発生する可能性があります。

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の参加メリット（詳細）

### ②完成品の販売

- 開発した製品の知的財産権は応募者に帰属します。よって、完成品を自由に販売していただけます。
- その際、販促の一環として“万博の「Co-Design Challenge」プログラムを通しての完成品”であることを発信いただけます。
- 当協会も新規販路を積極的にご紹介させていただきます。

### ③ブランディング（完成品の知名度・価値向上）の訴求

- 万博の公式SNSやメディア・イベントを通して完成品を積極的にご案内・ご紹介します。
- 「Co-Design Challenge」を通して「TEAM EXPO 2025」プログラムにご参加いただきますので、当協会が改めて募集するベストプラクティスに応募し選定されましたら、ベストプラクティスエリアでの展示の権利が得られます。

「TEAM EXPO 2025」プログラムは以下を参照のこと。

<https://team.expo2025.or.jp/>

# 協賛特典

選定され当協会と協賛契約を締結した応募者には、以下の協賛特典があります。

## ①呼称権

- 協賛者は、運営参加への協賛について、協賛者の商品やサービスの広告やプロモーション等に、当協会が協賛内容に応じて付与する呼称を使用することができます。

## ②名称表示権

- 協賛者は協賛者の名称・ロゴマークを協賛対象の物品に限り、万博会場内外の媒体・アイテムへ表示することができます。なお、表示箇所・表示面積・表示回数等については、協賛内容の多寡に応じて、当協会が別途定めます。

## ③協会ホームページ等での社名掲載権

- 当協会ホームページ、出版物等に、協賛者の名称を掲載します。

## ④万博公式ロゴマーク使用权

- 協賛者は、万博公式ロゴマークを企業広告、社内利用物、頒布品等に使用することができます。
- ただし、使用方法、使用開始時期等については、当協会が別途定めます。
- なお、協賛者の商品への使用は本協賛特典の対象外であり、協賛者が商品への使用を希望するときは、別途ライセンス契約を締結する必要があります。



運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」  
募集対象とする物品・サービスについて

## 募集対象とする物品・サービス

- 今回、運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の募集の対象とする物品・サービスは「運営参加（第2回）募集リスト」を参照ください。
- EODCレポート等を踏まえ、下記4つの方向性が「Co-Design Challenge」にとって重要なポイントと捉え、合致すると思われる物品・サービスを「推奨品目」と記載していますので、参照下さい。なお、これ以外のポイントを阻むものではなく、推奨品目以外でも応募は受け付けます。

1. カーボンニュートラル実現に資するもの

2. SDGs達成を意識し、サプライチェーンの見える化を推進するもの

3. 新しい技術を用いて、今ないものを創るもの

4. そのものの本来価値を再考して、今とは違う形のものを創るもの

## 推奨品目

ベンチ	スタッフ用無線	水面ごみ回収ロボット
ごみ箱	海外言語対応、通訳ツール (同時通訳)	無人搬送ロボット
家具	デジタルサイネージ	パワースーツ
什器 (椅子、机)	オンライン会議機器	雨対策備品
リユース食器	スマートフォン充電器又は 充電貸出サービス	暑さ対策備品 (ドライミスト、 冷感冷却機器等)
ユニバーサルサービス、 迷子ワッペン、車椅子	ベビーシート・ベビーベッ ト	消毒機器
花き類		

# 推奨品目を対象としたテーマ設定の例

1. ベンチ
2. ごみ箱
3. 迷子ワッペン
4. 水面ごみ回収ロボット

# 1. これからの「ベンチ」をデザインする

STORY 1. 林業産地とつくる木のベンチ

STORY 2. サステナブルな製造プロセスのベンチ

## この提案の応募を期待する人たち（例示）

STORY 1. 日本全国の林業産地、自治体、組合などの業界団体、加工事業者など。

組合加盟の事業者数社でチームを組んでの応募も可。

STORY 2. 加工事業者とクリエイターによる共同応募

# STORY 1. 林業産地とつくる木のベンチ

## 万博を通じたチャレンジ

サステナビリティ意識の高い林業産地・自治体と連携し、万博後の街中に展開される新しい木製ベンチを生み出す。

## 現状（社会課題）

### 国産木材の利用が限定的

日本の森林面積は約2,500万ha、森林資源蓄積は52.4億m<sup>3</sup>（2017年）で毎年約1億m<sup>3</sup>増加。しかし、木材自給率は約3割程度、林業の生産活動は停滞し、里山・二次林の荒廃が進む。

## 目指す姿（アウトカム）

### 持続可能な森林のエコシステムの実現

植林⇒育成（間伐等の手入れ）⇒伐採⇒利用という森林資源の循環利用を進め、林業産地を活性化することを目指す。木材利用の拡大をもって持続可能な森林のエコシステムを実現する。

# STORY 1. 林業産地とつくる木のベンチ

## 提案のポイント

- ①林業産地の活性化：

産地・自治体（調達元）を巻き込んだ提案を行う。木材の背景にあるストーリーやサステナビリティ（国産間伐材・FSC認証材・節あり材・根曲がり材の活用、サプライチェーンの可視化など）を来場者に伝えたい。完成品のベンチは、案内板などでストーリーを説明したい。万博会期後は、例えば、ベンチに万博で使われた印を付して産地の公民館や小学校に提供したい。

- ②デザイン：

万博をきっかけに、街中のベンチのデザインがアップデートされることを企図している。現在汎用されているベンチにない新たな視点で、例えば、公共空間で交流が誘発される設計、障がい者・シニアから子どもまでが使いやすい設計、街中になじむ和の景観設計などに挑戦する。

- ③快適性：

座り心地の良さを追求し、風雨・避暑対策を行うことを考えている（パラソルやパーゴラなどの活用）。

# STORY 1. 林業産地とつくる木のベンチ

## 「林業産地の活性化」を踏まえたベンチの展開例

### ① 地域特産材の活用・プロモーション

地域の木材をフル活用して、産地や生産者・加工者の魅力を伝える

### ② 間伐材・節あり材・根曲がり材などの活用

使いづらいとされる材を廃棄することなくうまく活用し、サステナビリティを追求する

### ③ 無垢材・一点モノによるプロモーション

付加価値の高い材・職人技を適正に評価してもらえる設計とする（海外輸出展開も視野に入れる）



## STORY 2. サステナブルな製造プロセスのベンチ

### 万博を通じたチャレンジ

再生のプラや金属を素材として、万博後の街中に展開される新しいベンチを生み出す。加工・流通過程の環境負荷を最小限に抑える。

### 現状（社会課題）

#### サプライチェーン上のプロセスのブラックボックス

プロダクトの素材や製造プロセスが可視化されておらず、サステナビリティの度合いをユーザーは判断できない。また、メーカー側の努力もユーザーに分かりやすく伝えられていない。

### 目指す姿（アウトカム）

#### プロダクトのフットプリントの最小化

仕入れ・加工・流通に至るサプライチェーン全体を通して素材のフローや製造プロセスが可視化されること。また、それによりプロダクトのフットプリントが最小化される社会。

## STORY 2. サステナブルな製造プロセスのベンチ

### 提案のポイント

- ①サステナビリティの可視化：

素材の背景にあるストーリーやサステナビリティ（再生プラや再生金属の活用、サプライチェーンの可視化など）を来場者に伝えたい。完成品のベンチにおいて、案内板やデジタル上にて、当該ストーリーを説明していく。万博会期後は、例えば、ベンチに万博で使われた印を付して加工場が立地する地域の公民館や小学校に提供したい。

- ②デザイン：

万博をきっかけに、街中のベンチのデザインがアップデートされることを企図している。現在汎用されているベンチにない新たな視点で、例えば、公共空間で交流が誘発される設計、障がい者・シニアから子どもまでが使いやすい設計、街中になじむ和の景観設計などに挑戦する。

- ③快適性：

座り心地の良さを追求し、風雨・避暑対策を行うことを考えている（パラソルやパーゴラなどの活用）。

## 2. これからの「ごみ箱」をデザインする

STORY 1. ごみを資源に変える回収箱（新しい「ごみ箱」）

# STORY 1.ごみを資源に変える回収箱（新しい「ごみ箱」）

## 万博を通じたチャレンジ

「ごみを捨てる箱」から「ごみを資源に変える箱」として新しいごみ箱を提起し、資源循環に貢献する。汚いイメージを払拭するデザインをもって万博後の街中に展開させる。

## 現状（社会課題）

### ごみの散乱／分別を無視した廃棄

街中のごみ箱の撤去が進んだ結果、持ち帰りが推奨されている。一方で弊害としてごみの散乱、分別を無視した廃棄が課題となっている。万博会場においても同様の課題が予見される。

## 目指す姿（アウトカム）

### ごみ廃棄から資源利用・循環へのシフト

ごみの分別率を向上/ごみ量を削減しつつ、資源の再利用を促進する。究極的には、ごみのごみとして廃棄されず、何らかの資源として循環する社会を目指す。

# STORY 1.ごみを資源に変える回収箱（新しい「ごみ箱」）

## 提案のポイント

- **①デザイン：**

ごみ箱＝汚いものというイメージを払拭する美しい設計としたい。街中にも置きたくなるような、景観との親和性にも考慮する。多様な国の来場者でも理解できる分別サインを採用していく。

- **②楽しさ：**

分別したくなる/ポイ捨てせず入れたくなるゲーミング要素や楽しさを盛り込む。IoTを活用した案内の組合せとして、例えば、ごみ集積状況の可視化、センサーと連動した音・映像表現などを導入したい。

- **③資源循環：**

資源利用に繋がりがやすい分別・回収方法を採用したごみ箱とする。フードコート周辺のごみ箱などでは、食品ロス削減に向けたコンポスト化を提案したい。なお、採択された場合には、ごみ回収業者の運用上支障がないか、協会担当部署と調整を行っていく。会期中の運用において、各ごみ箱の分別率・再利用率を競うコンテストや回収した資源の活用方法（コンポストを農場で肥料として農産物を生産する、廃棄樹脂から再生プラ製の万博グッズを開発するなど）も提案したい。

# 3. 「ユニバーサルマーク」を通じて これからの「助け合い」をデザインする

## STORY 1. 困った人が声かけしたくなるユニバーサルマーク

### この提案の応募を期待する人たち（例示）

マークをデザインする企業やクリエイター、プロダクトデザイナー、印刷業者等

（ただし、提案者の中に中小企業が含まれている必要あり）

チームを組んでの応募も可。

# STORY 1. 困った人が声かけしたくなるユニバーサルマーク

## 万博を通じたチャレンジ

ユニバーサルサービスの一環として、困っている人が思わず声をかけたくなるようなマークを身に着け、デジタルに頼らず、アナログ・リアルな場面で人と人の共助を促すきっかけにする。

## 現状（社会課題）

### 困った人が陥る孤立

デジタル技術が広く普及し利便性が向上した一方で、直接他人に頼らずとも過ごせる機会が増えた。その結果、気軽に他人に話しかけづらくなりつつあり、特にデジタルに不案内な子どもや高齢者、日本に不慣れな外国人にとっては、かえって過ごしづらい側面がある。

## 目指す姿（アウトカム）

### 困った人に声をかけやすい共助の世界

デジタル全盛時代だからこそ、万博を契機にアナログ・リアルな人間関係の価値を問い直すことは有意義である。そこで、ユニバーサルマークを題材として、人々が互いに助け合う温かみのある社会のよさを再考する。

# STORY 1. 困った人が声かけしたくなるユニバーサルマーク

## 提案のポイント

- ①デザイン：

万博に来た人が、自分にできることをどんどん書き込みたくなるとともに、自らつけたくなるようなデザインとしたい。また、つけていたら、困った人が気軽に話しかけたいくなる（何ができる人なのか、パッと見た際にわかりやすい）デザインとし、自然なコミュニケーションを生み出す。

- ②サステナビリティ：

協会の持続可能な調達コードに則った素材や、サステナビリティに配慮した素材（オーガニックコットンなど）を使用する。

- ③安全性・接着性：

安全につけることができ、また、一度つけたら容易に取れないようにする。



# 4. これからの「ロボット」との 「暮らし」をデザインする

STORY 1. 共に働く“（水面）ゴミ回収ロボット”

この提案の応募を期待する人たち（例示）

ロボットを開発する企業や大学等

# STORY 1.共に働く“（水面）ゴミ回収ロボット”

## 万博を通じたチャレンジ

効率化・省力化の対象としての「ロボット」では無く、協力してともに物事を成し遂げる「協力者」としてのロボットの存在を当たり前前の社会の1ページとしたい。

## 現状（社会課題）

### 単なる道具としてのロボットとヒトとの距離感

近い将来、様々なロボットが私たちの身近な生活を支え、より豊かにしてくれるに違いない。一方、ロボットのヒトの関係はどうあるべきだろうか。ロボットを効率的な道具とみなしてしまうことで、ヒトは不寛容さを高めてしまう恐れがある。

## 目指す姿（アウトカム）

### ロボットとともに明日を創る

万博会場において、ヒトと共に働くロボットと来場者（ヒト）の対話を通じて、ロボットとヒトが共にこれからの暮らし（まち）をつくっていく。

# STORY 1.共に働く“（水面）ゴミ回収ロボット”

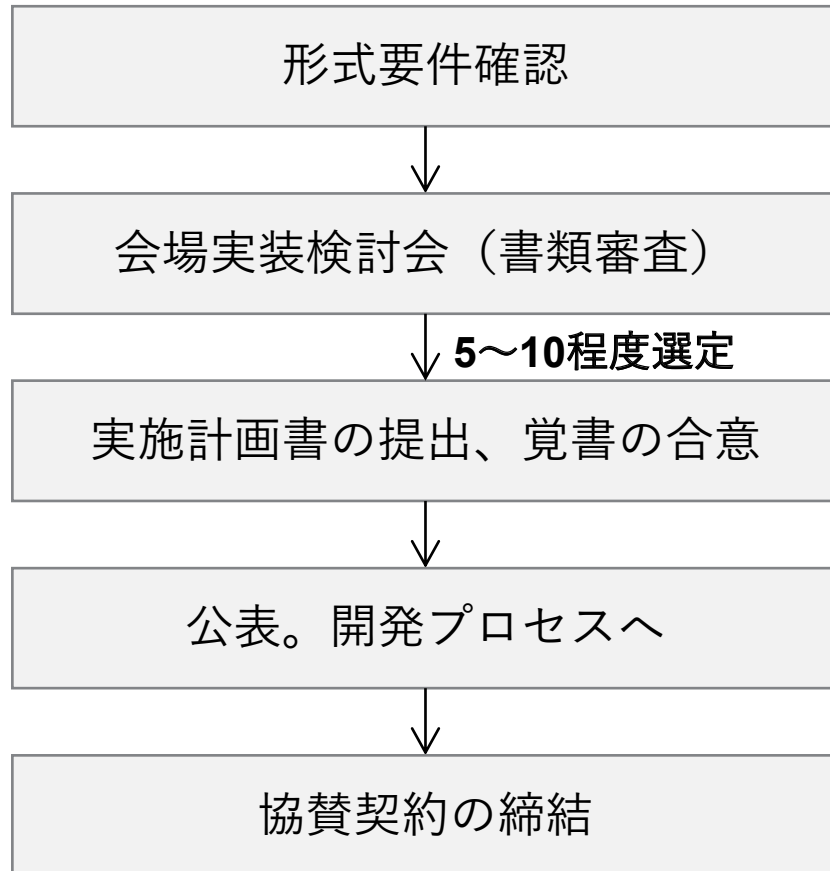
## 提案のポイント

- ①デザイン：  
ヒトとコミュニケーションするロボットというコンセプトを念頭に、楽しさ、親しみやすさのあるデザインとしたい。
- ②耐久性・機能性：  
GPS搭載などにより、位置や場所が特定でき、184日間の会期に耐えうる耐久性や機能性を確保させる。
- ③ヒトとの対話・コミュニケーション：  
ヒトとロボットの対話により、ロボットと共生する未来の1ページを表現してみたい。言語・非言語において、ヒトとロボットがコミュニケーションしながらゴミを回収する機能を開発し、万博会場で実現する。

運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」  
参画にあたって

## 運営参加 特別プログラム「Co-Design Challenge」の選定方法

5～10提案程度を選定させていただく予定です。



大阪・関西万博のプロデューサーやEODCメンバーが選考委員を務めます。

ご提案の内容を具体的にお伺いし、当協会と覚書を結んでいただきます。

開発を終えた後に協賛契約を締結いただきます。

※必要に応じて、面談をさせていただく場合があります。

## 協賛申出書の記載項目

- 運営参加共通の項目に加え、「Co-Design Challenge」特有の項目として、下記を記載いただきます。

1. 万博を通じたチャレンジ（プロジェクトの目的）
2. 背景（解決を目指す社会課題）
3. 目指す姿（アウトカム：どのような“これからの暮らし（まち）”を目指すのか）
4. 提案のポイント（アピールポイント。課題解決への貢献やデザイン、機能性からみた開発のポイント）
5. 万博後の展開（開発した物品・サービスについて万博終了後、どのように展開していくか）

# 選考基準

- 選考基準は次のとおりです。

## 「Co-Design Challenge」の特徴

---

- 万博を機会として、新しい「何か」をつくること
- 共創の取組であること
- デザイン視点で取り組むこと
- 大資本でなくても取り組めること
- 万博に活用すること



## 選考の基準

---

- ✓ アウトカムを達成するものか
- ✓ 共創の取組が含まれるか（互いのノウハウを重ね合わせる等）
- ✓ 優れたデザインを含む提案であるか（プロダクトデザイン、仕組み等）
- ✓ 中小企業のビジネス展開に貢献するか
- ✓ 実現性があるか（資金力、開発工程等）

# 応募規約 ①条件

応募者は、以下の条件を全て満たすことを条件とします。

- 応募者は、次に掲げる要件をすべて満たすこと。
  - ✓ 法人格を有する企業・団体であること。
  - ✓ 当協会と緊密な連携により本提案を実施できる拠点を日本国内に有していること。
  - ✓ 民事再生法（平成 11 年法律第 225 号）に基づき再生手続開始の申立て又は社更生法（平成 14 年法律第 154 号）に基づき更生手続開始の申立てがされていないこと。
  - ✓ 暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成3年法律第77号）第32条第1項各号に掲げる者が含まれていないこと。
- 共創の観点から複数者による取組であることが望ましい。
- 複数の企業・団体で応募する場合は、代表となる企業・団体を決め、代表企業・団体は本提案の実施に必要な意思決定や全体管理を行うなど全体を統括すること、及び当協会との窓口となること。
- 「デザイン（プロダクトデザインや仕組みのデザイン等）」を重視した取組であるため、応募にあたってはデザイナー/クリエイターが参加すること。（デザイナー/クリエイターは、内部か外部か問わない。また、企業・団体か個人か問わない。）
  - ※外部のデザイナー・クリエイターと提携する場合は、複数者による取組とします。なお、外部のデザイナー・クリエイターが個人の場合は、応募者にはなれませんが、複数者による取組とします。
- 応募者に中小企業基本法に基づく中小企業を含むこと。



# 応募規約 ②注意事項

本募集にあたっての注意事項を示します。

- 知的財産権は応募者に帰属しますので、知的財産権の管理については応募者の責任のもと行ってください。
- 採択の場合は、「TEAM EXPO 2025」プログラムにご登録していただきますので事前にご了承をお願いいたします。
- 以下に該当する場合は、選考の対象外となりますのでご注意ください。
  - ✓ 第三者の著作権や商標権等の権利を侵害するおそれのあるもの
  - ✓ 政治的・宗教的メッセージを含むもの
  - ✓ その他公序良俗に反するもの

【規模、目安】（「2025年日本国際博覧会 運営参加（第2回）」募集要領1（3）規模、目安、に同じ）

- ご提供アイテムの協賛規模（金銭換算による協賛金額）は、10万円（税抜）以上となります。なお、協賛いただける施設・物品の納品や無償貸与の場合は撤去・回収にかかる費用もご負担いただきます。この納品・撤去・回収費用も金銭換算していただいて結構です。また、「Co-Design Challenge」に提案する場合、開発に要する想定費用を含めてください。
- 金銭換算は市場価格を原則としますが、これによりがたい場合は、自社の価格表や見積もり事例などを明示いただく場合があります。詳細については別途協議させていただきます。
- 対象物品等が償却資産にあたる場合、所有権の移転を伴わない使用貸借となるため、対象物品等にかかる租税についてもご負担をお願いいたします。

【持続可能性への配慮】（「2025年日本国際博覧会 運営参加（第2回）」募集要領1（4）持続可能性への配慮、に同じ）

- 「持続可能性に配慮した調達コード」遵守のため、以下をお願いいたします。
  - ✓ 参加募集時、「持続可能性に配慮した調達コード」の内容のご確認をお願いいたします。また、後日「チェックシート」（持続可能性の確保に向けた取組状況に関する質問票）のご提出をお願いいたします。
  - ✓ 契約締結時、協賛者となる皆様には、「誓約書」（調達コードの遵守に関する誓約書）のご提出をお願いいたします。
  - ✓ 契約実施時、当協会は、必要に応じて、調達コードの遵守に向けた取組状況の確認・モニタリングなどを行うことがあります。
- 環境配慮製品や無償貸与を歓迎します。無償提供の場合は会期後の扱いを事前に調整いたします。
- 施設・物品提供については、会期終了後のリユース・リサイクルが可能なものについては、譲渡受け入れ先やリサイクル手法などをお示しいただくようお願いいたします。

「持続可能性に配慮した調達コード」は以下を参照のこと。

<https://www.expo2025.or.jp/overview/sustainability/sus-code/>

# 応募方法・問い合わせ方法・スケジュール

## 応募方法・問い合わせ方法

- 「2025年日本国際博覧会 運営参加（第2回）」募集要領2（1）質問の受付、（2）協賛申出書の受付、に記載の方法により、応募・お問い合わせください。

## 応募スケジュール～募集開始・選定・公表のスケジュール～

- 募集開始～募集締め切り : 2022年7月26日（火）～9月16日（金） 17時まで
  - ✓ 会場実装検討会 : 2022年9月下旬（予定）
- 公表
  - ✓ ホームページにて公表 : 2022年10月頃  
（選定者に加え提案概要を公表する予定）

# 中小企業の定義について

(参考資料)

中小企業基本法 (昭和三十八年七月二十日法律第百五十四号)

(中小企業者の範囲及び用語の定義)

第二条 この法律に基づいて講ずる国の施策の対象とする中小企業者は、おおむね次の各号に掲げるものとし、その範囲は、これらの施策が次条の基本理念の実現を図るため効率的に実施されるように施策ごとに定めるものとする。

一 資本金の額又は出資の総額が三億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が三百人以下の会社及び個人であって、製造業、建設業、運輸業その他の業種（次号から第四号までに掲げる業種を除く。）に属する事業を主たる事業として営むもの

二 資本金の額又は出資の総額が一億円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であって、卸売業に属する事業を主たる事業として営むもの

三 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が百人以下の会社及び個人であって、サービス業に属する事業を主たる事業として営むもの

四 資本金の額又は出資の総額が五千万円以下の会社並びに常時使用する従業員の数が五十人以下の会社及び個人であって、小売業に属する事業を主たる事業として営むもの

2 この法律において「経営の革新」とは、新商品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入、新たな経営管理方法の導入その他の新たな事業活動を行うことにより、その経営の相当程度の向上を図ることをいう。

3 この法律において「創造的な事業活動」とは、経営の革新又は創業の対象となる事業活動のうち、著しい新規性を有する技術又は著しく創造的な経営管理方法を活用したものをいう。

4 この法律において「経営資源」とは、設備、技術、個人の有する知識及び技能その他の事業活動に活用される資源をいう。

5 この法律において「小規模企業者」とは、おおむね常時使用する従業員の数が二十人（商業又はサービス業に属する事業を主たる事業として営む者については、五人）以下の事業者をいう。

出所：中小企業庁「中小企業基本法」, <https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/hourei/kihonhou/>